

Estudo sobre as abordagens temáticas dos TCCs de Relações Públicas da UFAM*

Jonas da Silva Gomes Júnior[†]

Índice

Introdução	2
1 Relações Públicas na UFAM e a disciplina projetos experi- mentais	4
2 Conhecimento Científico e Pesquisa	7
3 Metodologia e procedimentos de análise	9
4 Resultados da pesquisa	10
Considerações	16
Referências	18

Resumo

Este artigo apresenta informações sobre o Curso de Comunicação Social – habilitação em Relações Públicas da Universidade Federal do

*Agradeço a profa. Inara Regina Batista da Costa pelas contribuições dadas neste trabalho.

[†]Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade Federal do Amazonas (UFAM). Bacharel em Comunicação Social - habilitação em Relações Públicas (UFAM) e graduado em Tecnologia de Produção Publicitária pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas (IFAM). Atualmente, é professor da Faculdade Martha Falcão (FMF) e professor substituto do Curso de Relações Públicas da UFAM. Pesquisador do Grupo de Pesquisa Comunicação Social: Estudos Interdisciplinares. E-mail: jonasjr1@gmail.com / <http://www.jonasjr.com>. Universidade Federal do Amazonas.

Amazonas e faz uma discussão panorâmica sobre o Conhecimento Científico. Em seguida, apresentam-se as abordagens temáticas dos trabalhos de conclusão de Relações Públicas da UFAM no período de 1985 ao primeiro semestre de 2012. Os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa foram pesquisa bibliográfica, revisão de literatura e análise de conteúdo de 174 resumos, títulos e palavras-chave de trabalhos de conclusão. A coleta de dados realizou-se através da lista de trabalhos disponibilizados pela Hemeroteca do Departamento de Comunicação Social. Como principal resultado foram detectados 15 enfoques temáticos nas monografias e 7 tipos de projetos experimentais que indicam a multiplicidade de estudos teóricos e práticos.

Palavras-chave: Produção científica; Monografia; Curso de Relações Públicas UFAM;

Introdução

A atividade de Relações Públicas na região norte do Brasil tem como um de seus principais marcos históricos a implantação do Curso de Comunicação Social- habilitação em Relações Públicas na Universidade Federal do Amazonas. A Resolução no. 005 de 21/01/1977 do Conselho Universitário (CONSUNI) transformou o curso de graduação Comunicação Social para habilitações específicas em Jornalismo e Relações Públicas e onze meses depois o Decreto Federal nº 81.087 de 21/12/1977 concedeu reconhecimento ao curso de Comunicação Social (UNIVERSIDADE DO AMAZONAS 1998).

O propósito deste artigo é apresentar uma visão panorâmica das temáticas dos trabalhos de conclusão (TCCs) desenvolvidos no Curso de Comunicação Social – habilitação em Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas (UFAM) para obtenção do título de bacharel em Relações Públicas. A pesquisa surgiu a partir do projeto de extensão intitulado “Blog Dossiê RP: memória virtual das Relações Públicas no Amazonas”¹.

O referido veículo de comunicação propõe-se a ser uma “memória virtual” da evolução do Curso de RP da Ufam e da atividade profissional no Amazonas. O blog tem como finalidade registrar informações

¹Cf. <http://www.dossierp.wordpress.com> Os resumos dos Trabalhos de Conclusão de Curso estão disponíveis do blog Dossiê RP, no link “Monografias”.

e documentos históricos, fotos, monografias, projetos de extensão, entrevistas com professores e depoimentos de egressos. Nesse sentido, uma das principais atividades desenvolvidas no projeto foi a digitalização dos resumos dos TCCs² que estavam na Hemeroteca do Curso de Comunicação.

Ao reunir os resumos dos trabalhos, teve-se a ideia de analisar as temáticas abordadas. Dessa forma, determinar aspectos sobre a produção científica do curso, tais como as principais metodologias que foram utilizadas, as técnicas de pesquisas predominantes, as tendências das investigações e demais elementos norteadores dos projetos experimentais e monografias.

Os trabalhos de conclusão de curso (TCCs) serão, aqui neste artigo, considerados em 2 tipos: monográficos e experimentais. A monografia é considerada a “elaboração de um estudo científico por um pesquisador, com a supervisão de um orientador, a partir da escolha de um tema, da delimitação de um problema e com a utilização de métodos científicos” (MARTINS JUNIOR, 2008, p. 26).

Já os experimentais são aqueles desenvolvidos com finalidades práticas. Trata-se de um importante instrumento da vida acadêmica, na qual o aluno tem a possibilidade de usar suas múltiplas potencialidades. Freitas e França (1997, p. 37) consideram que o objetivo principal é “analisar o exercício da comunicação e os relacionamentos de uma organização ou instituição, pública ou privada, com seus públicos de interesse”.

Este trabalho está dividido em quatro partes. Nas duas primeiras apresentam-se informações sobre a habilitação de Relações Públicas da UFAM e é feita uma abordagem panorâmica sobre o Conhecimento Científico. Nas partes seguintes, alguns aspectos metodológicos da pesquisa são esclarecidos e são expostas as tendências investigativas detectadas nos trabalhos finais do curso. Nas considerações apontam-se assertivas sobre o trabalho realizado, destacando as contribuições do estudo e a necessidade da continuidade do mapeamento.

²A digitalização dos resumos foi feita pelos voluntários do projeto: Agda Sales, Andréia da Silva, Ariane Alcântara, Débora Almeida, Julia Haber, Paloma Epifânio, Samara Campos, Savana Martins, Tayara Wanderley, Warlison Dimas.

1 Relações Públicas na UFAM e a disciplina projetos experimentais

As Relações Públicas no Amazonas surgem na década de 60, a partir de um contexto de aumento das demandas governamentais, desenvolvimento industrial e urbanização da cidade de Manaus. A implantação da Zona Franca de Manaus criou condições socioeconômicas para o surgimento do que se poderia chamar mercado da informação e impulsionou, ainda que indiretamente, a necessidade da comunicação organizacional.

Não resta mais dúvida de que o mercado de trabalho em Manaus, na área de Comunicação, está adquirindo contornos definidos e permanentes, principalmente em termos de abertura de perspectivas, mercê do crescimento da cidade, de seus órgãos de informação e sobretudo com o surto empresarial propiciado a partir do advento da Zona Franca (BITTENCOURT E BARBOSA, 1975, p. 15).

Além disso, o fluxo econômico proporcionado pela Zona Franca de Manaus proporcionou a ampliação do número de empresas e mercado de trabalho. Contudo, as empresas que se instalaram em Manaus enfrentavam dificuldades comunicacionais que recomendavam inovadoras técnicas de relacionamento com os públicos existentes.

Em 1975, a partir da necessidade de criar habilitações para o curso de Comunicação Social conforme requerido pelo Ministério da Educação e Cultura, foi constituída uma comissão com intuito de elaborar uma proposta de reestruturação curricular e implantação do Curso de Relações Públicas. Os estudos preliminares foram feitos pelos professores Randolpho de Souza Bittencourt e Walmir de Albuquerque Barbosa. A implementação do Curso de Relações Públicas teve como apoio a realização de pesquisas com orientação e propósitos científicos.

Nota-se que essas investigações, além de asseverar a necessidade da implantação de Relações Públicas, objetivavam ser uma forma de restringir possíveis dúvidas sobre o potencial mercado de trabalho existente. Segundo Bittencourt e Barbosa (1975), a primeira pesquisa foi

realizada em 1973 e tinha como título “Aspectos do mercado de trabalho local e sua capacidade de absorção”³. A referida investigação apontou:

“os números da pesquisa revelam, de maneira insofismável, que na área pesquisada verifica-se uma probabilidade de absorção de mão de obra da ordem de 78%. Por outro lado as maiores perspectivas de emprego situam-se no setor de Relações Públicas, com 43%, seguindo-lhes as demais especialidades, na seguinte ordem: Publicidade 26%, Jornalismo 26%, Outros, 5%.”

É interessante notar que já havia um interesse sobre as Relações Públicas. No âmbito acadêmico, por exemplo, destaca-se que a matéria “Teoria e Técnica de Relações Públicas” estava incluída na grade curricular do curso de Administração da UFAM. A inserção havia sido feita por Bittencourt (BITTENCOURT, 2012), que destacou que “acreditava-se que as Relações públicas deveriam fazer parte da formação do administrador pelo fato de que o administrador irá utilizá-la em empresas e repartições”.

O Curso de Comunicação Social – habilitação em Relações Públicas ofertou, no início do funcionamento, 25 vagas. Desde o início, o curso funcionava de modo diurno, buscando uma formação ampla. Algumas dificuldades para a implementação foram destacadas por Randolpho Bittencourt (um dos fundadores do curso), por exemplo, o desconhecimento da profissão no Amazonas e a desconfiança por parte de alguns outros docentes (BITTENCOURT, 2012).

O objeto de estudo deste artigo é a última disciplina da estrutura curricular do curso de Relações Públicas – Projeto Experimental em Relações Públicas – conhecida também como Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). É uma espécie de prova de habilitação profissional que conduz os alunos finalistas à aplicação de seus conhecimentos em torno de um objetivo “comprovar para si próprios e para as faculdades que os acolheram, que atingiram o nível profissional esperado. Uma vez aprovados, podem seguir seu próprio caminho, honrando a profis-

³Trabalho foi realizado pelos alunos finalistas (7º período) como atividade obrigatória da disciplina Mercadologia e Pesquisa de Opinião Pública, sob orientação e supervisão do professor Eduardo Augusto Gomes Assunção.

são escolhida” (FREITAS e FRANÇA, 1997, p. 31). De acordo com Magalhães e Silva (2005, p.23),

os Projetos Experimentais de Relações Públicas foram adotados no Brasil como uma disciplina mais profissionalizante, no Departamento de Relações Públicas da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), no início da década de 1970, visando aliar a prática à teoria.

Para Freitas e França (1997), o projeto experimental dá a oportunidade de analisar o exercício da comunicação e os relacionamentos de uma organização real com seus públicos de interesse, diagnosticando-a e oferecendo soluções adequadas. Esse trabalho desenvolvido, geralmente, em um semestre, proporciona uma sensibilização juntos às empresas sobre a importância da comunicação empresarial, além de gerar a possibilidade de poder implantar o projeto, caso seja aprovado pela administração superior.

“Os universitários, ao produzir seu projeto [experimental], entram em contato com organizações nacionais e multinacionais, de diferentes portes e setores (...). Os formandos começam a entender de modo mais realista que, ao invés de ser uma profissão abstrata, relações públicas constituem, hoje, uma atividade de liderança, de administração da comunicação total de qualquer organização, sendo, ao mesmo tempo, um instrumento concreto, interativo e estratégico de ação, que influencia a sociedade”. (FREITAS e FRANÇA, 1997, p. 32)

O Projeto Experimental do Curso de Relações Públicas (UFAM) é uma condição obrigatória para obtenção do título de Bacharel. A exigência está prevista na Resolução nº 2, de 1984, do extinto Conselho Federal de Educação (CFE), que fixa o Currículo Mínimo do Curso no Brasil (MOURA, 2002).

2 Conhecimento Científico e Pesquisa

O conhecimento científico durante muito tempo foi dominado pela visão cartesiana, na qual o método científico assenta-se na redução da complexidade, conhecer significa quantificar e tanto a mente como a matéria estão separadas. Ainda como reflexo dessa perspectiva cartesiana, os estudos da Comunicação, desde o início, na década de 30, eram feitos por meio do paradigma de Lasswell⁴, que se trata de “uma visão fragmentada e parcelar do processo de comunicação que se mantém até hoje: estudos do emissor, do canal, da mensagem e do receptor.” (LOPES, 2000, p. 89)

As críticas a esses modelos estão diretamente ligadas à visão reducionista com o qual foram construídos. A compreensão de Lasswell não levava em conta algo que é fundamental: o contexto (social, cultural, político) no qual se dá o processo comunicacional. Nesta condição, as investigações teóricas sobre Relações Públicas não podem ser feitas com o olhar operacional, fragmentado, singularizado, apenas como uma relação de organizações-público (emissor-receptor).

“De modo simplificado, podemos afirmar que as teorias são como prismas através dos quais o observador olha e procura enxergar, reconhecer e interpretar o mundo. Mas o que ele vê e como ele vê dependem do prisma e do *contexto*, no qual ele, observador, encontra-se situado”. (BARROS e JUNQUEIRA, 2011, p.33)

A pesquisa científica está diretamente relacionada à Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Por exemplo, quando se planeja e executa os planos, programas, projetos, campanhas, atividades ou instrumentos de comunicação dirigida exige-se o conhecimento da realidade da instituição (diagnóstico situacional) e dos segmentos de público (pesquisas de opinião, de clima, de motivação etc.). Essas atividades aplicadas e específicas da profissão possuem procedimentos, técnicas e métodos que respaldam as ações da profissão.

⁴O modelo de Harold Lasswell baseia-se em: quem, o quê, a quem, como, para quê. Os jornalistas o utilizam como premissa básica para elaboração “lead” básico, ou seja, o primeiro parágrafo que identifica a matéria jornalística.

Contudo, torna-se necessário, cada vez mais, utilizar a conhecimento científico para gerar soluções criativas e ousadas na área das Relações Públicas. Esse conhecimento pode apontar caminhos e, principalmente, novas formas de adequação das estratégias de Relações Públicas aos grandes desafios organizacionais correntes. As soluções para algumas problemáticas aparecem com o conhecimento científico, como afirma Barros e Junqueira (2011),

“O conhecimento científico é também conhecido como conhecimento crítico. O pensamento crítico ou científico possui dois momentos fundamentais. Primeiro, ele desconfia da aparência dos fenômenos, tal como o senso comum ou outras teorias científicas nos fazem percebê-los. Em um segundo momento, ele desconfia de suas próprias conclusões, submetendo suas investigações e conclusões ao olhar crítico de outros analistas, que por sua vez, poderão propor novas interpretações. (BARROS e JUNQUEIRA, 2011, p. 36).

O pensamento científico busca a compreensão da realidade e é marcado pela rigorosa e sistemática aplicação do método ao seu processo de investigação. De acordo com Marconi e Lakatos (2010), há vários tipos de conhecimentos produzidos pelo ser humano (conhecimento do senso comum, conhecimento filosófico e conhecimento teológico, por exemplo), mas o conhecimento científico é o único que busca conhecer e explicar os fatos além daquilo que é imediatamente percebido ou sentido.

O conhecimento científico é caracterizado por sua racionalidade e objetividade, pois busca investigar e explicar os fenômenos sem o envolvimento emotivo típico do conhecimento senso comum. Os fenômenos são investigados à luz da verdade e validades científicas, evidenciando uma fidelidade mais próxima do mundo real.

Além disso, é hipotético, não comportando verdades absolutas e imutáveis, mas, explicam os fenômenos de forma provisória, submetendo-os, constantemente, à prova, de modo a confirmar ou refutar seus enunciados. Marconi e Lakatos (2010, p.20) reitera esse caráter hipotético do conhecimento científico: “constitui-se em conhecimento falível,

em virtude de não ser definitivo, absoluto ou final, por este motivo, é aproximadamente exato”.

Por fim, é caracterizado por ser dinâmico, pois como é um produto humano, histórico e social, jamais se completa, sendo, gradativamente, estabelecido, transformado e renovado. As pesquisas científicas já realizadas, por exemplo, encaminham para outras discussões que, por sua vez, geram outras demandas de pesquisas. O conhecimento científico, portanto, se renova a cada pesquisa, possibilitando um novo ponto de partida.

3 Metodologia e procedimentos de análise

A pesquisa sobre o panorama das temáticas dos trabalhos de conclusão do curso de Comunicação Social – habilitação Relações Públicas da UFAM é caracterizada como uma pesquisa básica, com abordagem qualitativa-quantitativa, conduzida por um raciocínio indutivo e estruturada a partir da análise de conteúdo (FRANCO, 2008).

A perspectiva qualitativa-quantitativa foi selecionada porque se acredita ser a mais coerente com a natureza da investigação realizada e, assim, diretamente relacionada com a problemática da pesquisa. Assim, busca-se compreender de forma detalhada as temáticas já investigadas no curso de Relações Públicas, além de compreender as tendências dos projetos experimentais.

Nesse sentido, para Minayo (2002) a pesquisa qualitativa possibilita respostas a questões particulares e preocupa-se com um universo de elementos que não podem ser quantificados e reduzidos à operacionalização de variáveis. Tem-se como base que: “Nenhum procedimento analítico deixa de ser reducionista. Há então a necessidade de fazer um exame cuidadoso dos procedimentos analíticos quantitativos e qualitativos mais adequados para cada caso particular e em relação aos objetivos pretendidos” (MINAYO, 2002, p.26).

Para isso, tomou-se como procedimento metodológico a pesquisa bibliográfica, revisão de literatura e análise de conteúdo de títulos, resumos⁵ e palavras-chave de 174 trabalhos. A coleta de dados foi feita

⁵Sete trabalhos de conclusão de curso não apresentavam resumos, pois não havia a obrigatoriedade na década de 80. Nestes casos, foram analisadas as introduções dos trabalhos e até mesmo partes dos TCCs.

entre abril e julho de 2012, sendo realizada através da lista de trabalhos que estão documentados e disponibilizados pela Hemeroteca do Departamento de Comunicação Social. Um protocolo (GIL, 2002), documento contendo plano de observação, coleta de dados e forma de registro foi utilizado. Tal recurso, posteriormente, aperfeiçoou a análise dos dados coletados.

Para identificar os temas das pesquisas feitas pelos alunos finalistas, utilizou-se os critérios de indexação, como a leitura do título, do resumo e em alguns casos de partes do próprio trabalho. Alguns resumos, contudo, não atendiam as recomendações da ABNT-NBR-6028, que explicita que o resumo deve expor finalidades, metodologia, resultados e conclusões (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS).

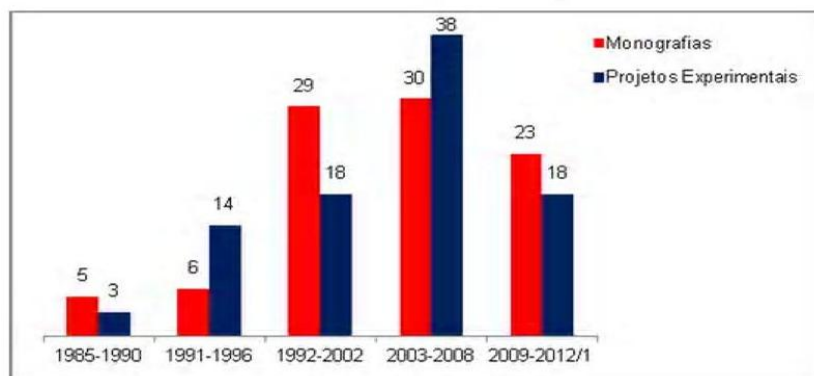
Os dados foram analisados com base na “análise de conteúdo”, que segundo Fonseca Júnior (2009, p.38) “pode ser considerada como um conjunto de técnicas de análises de comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo das mensagens”. Dessa forma, foram seguidas as etapas específicas da análise de conteúdo: pré-análise, exploração do material, tratamento dos resultados obtidos e interpretação (FONSECA JÚNIOR, 2009).

4 Resultados da pesquisa

Com intuito de sistematizar a pesquisa, estabelecemos alguns períodos para proceder a análise: 1985-1990, 1991-1996, 1997-2002, 2003-2008 e 2009-2012/1. Ao observar a relação entre tais períodos e os tipos de trabalhos (Gráfico 1), destacamos que houve, no decorrer dos anos, um crescimento substancial na quantidade de trabalhos desenvolvidos e temáticas abordadas (Tabela 2 e 3).

Pode-se ilustrar essa constatação com a seguinte comparação: no período 1991-1996 foram 20 trabalhos, o período de 2003-2008, por sua vez, foram 58 (190%). Entre 1991 e 1996, 70% dos trabalhos apresentaram um caráter prático. Em 1993, por exemplo, foram 5 projetos experimentais e 1 teórico. Entre 1997 e 2002, observa-se uma inversão na quantidade dos tipos de trabalhos defendidos.

Gráfico 1: Relação temporal dos tipos de trabalhos



Fonte: Jonas Gomes Jr (2012)

Na década de 90, é possível perceber uma clara preocupação com aspectos instrumentais da atividade de RP, ou seja, o direcionamento do enfoque dos trabalhos para aspectos de “como fazer” e o “que fazer”. O fenômeno da globalização, abertura econômica, aumento abrupto da concorrência e avanços tecnológicos, por sua vez, proporcionou um aumento de discussões teóricas nos anos 2000 sobre o papel das Relações Públicas. Fato esse que é refletido no aumento da quantidade de monografias, no período que corresponde a 2002 a 2012, por exemplo, foram 74 monografias.

A pesquisa indica, portanto, que historicamente há um equilíbrio entre a produção prática e o desenvolvimento teórico. A quantidade de trabalhos experimentais reflete o desenvolvimento prático e as questões ligadas à modernidade das técnicas comunicacionais. Avaliamos de forma positiva a inter-relação entre as discussões teóricas e projetos aplicados, visto que as duas modalidades refletem aspectos fundamentais sobre a atividade de Relações Públicas.

Apresentamos a seguir, nas tabelas 2 e 3, a constância das linhas temáticas abordadas nos TCCs no período de 1985 a 2012. A partir da análise dos resumos, foram identificadas 15 linhas temáticas nas monografias:

Tabela 2: Linhas temáticas das Monografias

Temas	1985-1990	1991-1996	1997-2002	2003-2008	2009-2012/1
Atendimento ao Cliente/ Consumidor	----	1	1	3	----
Comunicação Dirigida	----	----	----	2	3
Comunicação Interna	----	----	3	6	1
Eventos	----	1	2	1	2
Gerenciamento de Crise	----	----	1	1	----
Imagem Empresarial	----	1	3	----	----
Internet e Redes Sociais	----	----	----	----	9
Marketing e Segmentações	----	1	7	2	----
Opinião Pública e Perfil de Públicos	2	----	----	1	1
Perspectiva Local das RPs	3	1	2	----	1
Propaganda Institucional	----	----	2	----	1
Relacionamento com a Mídia	----	1	2	----	----
Resp. Social e Terceiro Setor	----	----	3	1	1
RP Comunitária	----	----	2	----	1
Interfaces com outras áreas	----	----	----	4	2

Fonte: Jonas Gomes Jr (2012)

As primeiras monografias de Relações Públicas registradas na Hemeroteca do DECOM abordavam a importância da opinião pública e utilizavam a metodologia de estudo de caso. A Companhia de Saneamento do Amazonas (COSAMA) foi objeto de duas investigações naquele período. As pesquisas, de modo geral, consistiam na busca de explicações para questões relacionadas com o comportamento público, especificamente, os consumidores de água.

A partir do levantamento feito, observamos que uma parcela significativa (38%) dos trabalhos monográficos utiliza-se da metodologia de estudo de caso de organizações privadas. Citamos algumas estudadas: Bradesco, Santa Cláudia, Grupo Simões, Norte Brasil Telecom (NBT) e Multibrás da Amazônia. Os estudos de caso utilizam predominantemente a pesquisa documental sobre os objetos de estudo e, em sua maioria, fazem um levantamento histórico das organizações, mostrando a evolução em uma descrição resumida.

Na década de 80, destacam-se as monografias que abordam a perspectiva local da atividade de Relações Públicas, alguns estudos são exemplos dessa abordagem: “Mercado de Trabalho para as Relações Públicas Governamentais em Manaus” (1986) e “Como e por quem são aplicadas as Relações Públicas nas Empresas do Distrito Industrial” (1987). Os referidos estudos tem um caráter exploratório, baseiam-se

em pesquisas de campo e são valiosíssimas contribuições para a compreensão contextual das Relações Públicas no Amazonas.

Nos anos 90, algumas linhas temáticas começam a ser estudadas no Curso de Relações Públicas (UFAM). É o caso de “Imagem e Comunicação Empresarial”, “Organização de Eventos”, “Comunicação Interna”, “Atendimento ao Cliente” e “Gerenciamento de Crises”. À época, algumas temáticas tiveram destaque sobre as outras, como é o caso de “Marketing” e “Responsabilidade Social e Terceiro Setor”.

Esses estudos estão relacionados ao contexto das pesquisas desenvolvidas no Brasil e no Mundo. Em relação aos estudos voltados para o Marketing, é preciso destacar algumas variações encontradas nas pesquisas: Marketing Esportivo, Marketing Ecológico, Marketing Cultural, Marketing Político, Marketing Religioso e Marketing Pessoal.

O crescimento das pesquisas voltadas para a questão mercadológica remeteu-se ao aumento da concorrência, efeito da globalização dos mercados e disputas de espaços comerciais. A década de 90 também se caracterizou por uma crescente busca pela temática da “Responsabilidade Social no Terceiro Setor” e “Relações Públicas Comunitárias”. Entre 1997 e 2002, por exemplo, foram defendidos 5 trabalhos sobre as temáticas. O curso de Comunicação Social – habilitação Relações Públicas da UFAM passa, assim, a realizar estudos voltados não apenas para empresas e governos, mas também para as Organizações Não-Governamentais e Movimentos Sociais.

Com advento da Web 2.0 e seus *sites* (*Twitter, Blog, Facebook* e outros), entre 2009 e 2012 surgem as primeiras monografias desenvolvidas sobre as Relações Públicas no Ciberespaço. Em função das necessidades de mercado e da emergência dos estudos de Cibercultura, foram feitos diversos estudos sobre as Relações Públicas nas ambiências digitais. Mencionamos o estudo “Gestão de crises por meio da Web 2.0 e o ponto de vista do profissional de relações públicas nesse contexto” (2009) como o primeiro a ser feito nessa esfera. O estudo apontava que a *Web 2.0* atua como ferramenta auxiliar para gestão de crises alterando a forma de trabalho dos profissionais de Relações Públicas e a interação com esse meio trazendo benefícios para os relacionamentos entre a organização e públicos de interesse.

Contemporaneamente, algumas monografias têm sido marcadas pela tendência de discussões que privilegiam “interfaces com outras á-

reas”: “Educomunicação: Projeto Clube da Mafalda um olhar crítico sobre as historias de quadrinhos da Mafalda” (2010), “Hábitos de consumo cultural e de lazer do jovem universitário: Perfil dos Acadêmicos de Comunicação Social da UFAM” (2010) “A prática do Media Training: uma análise da performance dos candidatos amazonenses no debate eleitoral de 2010” (2011).

Tabela 3: Linhas temáticas dos Projetos Experimentais

Temas	1985-1990	1991-1996	1997-2002	2003-2008	2009-2012/1
Campanha de Relações Públicas	----	4	4	7	4
Criação de Material Dirigido	----	4	7	11	5
Diagnóstico Institucional	1	1	----	----	----
Implantação de assessoria/ setor	1	1	3	3	2
Implantação de Redes Sociais	----	----	----	----	2
Projeto/Plano de Comunicação	1	3	3	12	5
Proposta de Evento	----	1	1	2	----

Fonte: Jonas Gomes Jr (2012)

Na década de 90, os trabalhos experimentais visavam traçar “perfis” de instituições por meio de diagnósticos situacionais. Foram objetos de estudo, por exemplo, o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI-AM) e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas empresas (SEBRAE-AM). Esses TCCs avaliavam a comunicação organizacional das instituições por meio de pesquisas de opinião ou pesquisas institucionais.

Os resultados esperados, de acordo com os resumos dos trabalhos, eram que os diagnósticos feitos pudessem ser discutidos pela cúpula diretiva e, conseqüentemente, fossem gerados planos de ação junto aos vários públicos de interesse. Entende-se que esses trabalhos posicionam as Relações Públicas, demonstrando importância estratégica da Comunicação no contexto organizacional.

A categoria de projetos experimentais denominada “Implantação de assessoria/ setor” é caracterizada pela proposta de criação/reestruturação de setores comunicacionais (assessoria e ouvidoria/ombudsman). No que diz respeito aos aspectos metodológicos, os projetos de implantação das assessorias e setores, na maioria dos casos, utilizam-se de diagnóstico situacional e *briefing* para o reconhecimento das necessidades organizacionais. Foram detectados 10 trabalhos com esses moldes.

Alguns exemplos de implantação/reestruturação de assessoria são o Projeto de Reestruturação do Departamento de Comunicação da Associação Central Amazonas (2002), o Projeto de Implantação de uma Assessoria de Comunicação para o Centro de Artes Hahnemann Baccelar da UFAM (2004) e a Proposta de implantação de uma assessoria de comunicação na Igreja Evangélica Hebrum em Manaus (2011).

Determinados projetos tinham o enfoque em estabelecer ouvidorias: O Paciente como Consumidor – Cidadão na Área da Saúde: uma Proposta de Ouvidoria na Unimed Manaus (2002), O Paciente como Consumidor – Cidadão na Área da Saúde: uma Proposta de Ouvidoria na Unimed Manaus (2002), Marketing de Relacionamento: a Busca da Excelência e Humanização no Atendimento ao Cliente – Proposta de Implantação da Função de Ombudsman no Grupo DB (2003).

No período que corresponde a 1991 a 2008 há um predomínio de trabalhos experimentais orientados para realização de “Campanha de Relações Públicas” (15) “Criação de Material Dirigido” (22) e “Projeto/Plano de Comunicação” (18). É interessante perceber que 42% das campanhas propostas foram desenvolvidas em alguma instância da Universidade Federal do Amazonas (departamento de comunicação, biblioteca, projeto de extensão e outros).

É o caso, por exemplo, dos seguintes TCCs: “Campanha de Preservação e Conservação do Acervo da Biblioteca Setorial do ICHL” (1993), “Adote o HUGV⁶: uma Campanha de Relações Públicas” (1999), “Campanha de Educação e Divulgação para o projeto de Extensão Cine e Vídeo Tarumã” (2008), “Campanha de Relações Públicas para Educação e divulgação do Projeto de Extensão Marias em Ação” (2009) e “Não atravesse a Vida: Campanha de Relações Públicas para redução do atropelamento de animais na estrada do Campus Universitário” (2009).

Em relação aos trabalhos da categoria “Criação de Material Dirigido”, há uma predominância de proposta de manuais (67%). Considerado um instrumento eficaz de comunicação interna, o manual foi proposto para diversos públicos, tais como os funcionários da Diretoria Regional dos Correios no Amazonas (1993) e Robert BOSCH – Amazônia S/A (1993) e Locadora de Veículos “Localiza Rent a Car” (1995).

⁶Hospital Universitário Getúlio Vargas (HUGV) é um dos órgãos suplementares da Universidade Federal do Amazonas (UFAM).

Contudo, também foram propostos distintos veículos de comunicação dirigida, tais como jornal, informativo, guia, cartilha, portfólio institucional, programa de TV e vídeo institucional.

Por fim, no que diz respeito aos projetos experimentais, tem-se a categoria “Planos e projetos de Comunicação”. Foram notadas duas vertentes: a primeira com o intuito de propor mecanismos de ação que pudessem possibilitar melhoria do ambiente de trabalho para funcionários: Plano de Comunicação Interna do SESC (1994), Plano de Comunicação Interna para o Restaurante Café CANCUN Manaus (2008), Plano de Comunicação Interna para o Tribunal de Justiça do Amazonas-TJ/AM Fórum Ministro Henocho Reis (2008), Plano de Comunicação Interna para o CPM: O funcionário em primeiro lugar (2009).

A segunda vertente de planos abrange propostas de sistematização das ações de comunicação em prol do desenvolvimento da instituição, é o caso dos seguintes trabalhos: Um Plano de Atividades para o Bosque da Ciência do INPA (1997), Comunicação e Marketing na Microempresa: Proposta de Plano Integrado à Transportadora Antunes (2000), PIATAM: Uma Proposta de um Plano de Estratégias e Táticas de Comunicação (2007), Relações Públicas no Terceiro Setor: Plano de Relações Públicas para a ONG Amazônia Futura (2007).

Considerações

Este artigo buscou apresentar uma visão panorâmica das temáticas dos trabalhos de conclusão (TCCs) desenvolvidos no Curso de Comunicação Social – habilitação em Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas (UFAM). Sabe-se que a determinação dos temas está relacionada há uma série de fatores: 1 – fator contextual, 2 – formação dos docentes, 3 – tendências de pesquisas, 4 – predisposição temática do discente, 5 – disponibilidade de material bibliográfico. Contudo, buscamos destacar nessa investigação, principalmente, os aspectos contextuais e tendências.

O estabelecimento das categorias temáticas das monografias e projetos experimentais foram atividades trabalhosas, pois exigiram não somente um conhecimento múltiplo de áreas distintas, mas também revisões de literatura e pesquisas bibliográficas. Destacamos que as cate-

gorias não buscam criar delimitações “estanques” para os trabalhos, mas sim estabelecer um mapa que possa mostrar um panorama temático das diferentes abordagens (teóricas e práticas).

Nesse sentido, a pesquisa reflete as tendências da produção intelectual das Relações Públicas no estado do Amazonas nas últimas duas décadas. Os 15 enfoques identificados nas monografias representam uma interessante diversidade de abordagens e expressam também o caráter multidisciplinar da profissão. A diversidade de perspectivas teóricas estudadas e desenvolvidas está estreitamente ligada aos fundamentos teóricos da área.

Os 7 tipos de projetos experimentais, por sua vez, indicam que as propostas práticas possibilitam aos estudantes o exercício de planejar, organizar e executar atividades específicas de Relações Públicas em ambientes reais. De forma direta, isso contribui com a valorização da profissão em diversos ambientes organizacionais. Nesse aspecto, é interessante observar que muitos projetos experimentais foram desenvolvidos no âmbito da universidade, seja para departamentos ou projetos de extensão.

Devemos esclarecer que é provável que alguns Trabalhos de Conclusão de Curso não estejam nesta amostragem, mas todos que estavam registrados na Hemeroteca referente à habilitação Relações Públicas foram contemplados. Ressaltamos ainda a necessidade de complementar o mapeamento das temáticas desenvolvidas nos TCCs do Curso de Relações Públicas da UFAM.

Pode-se, por exemplo, complementar a pesquisa, fazendo uma análise detalhada dos projetos experimentais ligados à categoria “Campanhas de Relações Públicas” a fim de determinar o percurso prático (métodos e técnicas) utilizado. Além disso, avaliar detidamente as monografias desenvolvidas com “Interfaces com outras áreas” a fim de verificar a relação existente com os novos campos de pesquisa.

Por fim, entendemos que esta pesquisa poderá ser utilizada como recurso para avaliar criteriosamente a disciplina de projetos experimentais e, em linhas gerais, a produção científica do curso. Sublinhamos, assim, que este artigo não pretende esgotar o assunto, mas propor e incentivar novos olhares e estudos sobre os trabalhos defendidos na disciplina Projetos Experimentais de Relações Públicas.

Referências

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. (1990), *NBR-6028: Resumos*. Rio de Janeiro, ABNT.
- BARROS, Antônio Teixeira de, JUNQUEIRA, Rogério Diniz. (2011), A elaboração do projeto de pesquisa. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas.
- BITTENCOURT, Randolpho de Souza. (2012), *História das Relações Públicas no Amazonas*. Entrevista concedida aos pesquisadores Jonas Gomes Jr, Inara Costa e Danilo Egle. Manaus, 26 de março de 2012. Disponível em: <http://www.dossierp.wordpress.com> [consultado em 23 de abril de 2012].
- BITTENCOURT, Randolpho de Souza; BARBOSA, Valmir de Albuquerque. (1975), *Projeto de Reestruturação Curricular do Curso de Comunicação Social*. Fundação Universidade do Amazonas, Manaus.
- DUARTE, M. Y. M. (2005), Estudo de Caso. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas.
- FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa. (2009), Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. 2. ed. São Paulo: Atlas.
- FRANCO, Maria Laura Publisi Barbosa. (2008), *Análise de Conteúdo*. 3. ed. Brasília: Liber Livro Editora.
- FREITAS, Sidnéia Gomes; FRANÇA, Fábio. (1997), *Manual da qualidade em projetos de comunicação*. São Paulo: Pioneira.
- GIL, Antonio Carlos. (2002), *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas.
- KÖCHE, José Carlos. (2000), *Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e iniciação à pesquisa*. Petrópolis, RJ: Vozes.

- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. (2000), Por um paradigma transdisciplinar para o Campo da Comunicação. In: DOWBOR, Ladislau. *Desafios da Comunicação*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- MAGALHÃES, Maria Francisca Nogueira. (2010), *Projeto Experimental: dificuldades enfrentadas pelos alunos*. Trabalho apresentado no XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste.
- MAGALHÃES, Maria Francisca Nogueira; SILVA, Luciana Ribeiro Carneiro. (2005), *O projeto experimental: uma experiência do curso de Relações Públicas da UFG*. Comunicação e Informação, V8, no 1: pág 101 - 105 – jan-jun.
- MARCONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva Maria. (2010), *Metodologia científica: ciência e conhecimento científico, métodos científicos, teoria, hipóteses e variáveis, metodologia jurídica*. 5. ed. São Paulo: Atlas.
- MARTINS JUNIOR, Joaquim. (2008), *Como escrever trabalhos de conclusão de curso: instruções para planejar e montar, desenvolver, concluir, redigir e apresentar trabalhos monográficos e artigos*. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes.
- MINAYO, M. ^a Cecília de Souza (org.). (2002), *Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade*. 20 ed. Petrópolis – RJ: Vozes.
- MOURA, Cláudia Peixoto de. (2002), *O curso de comunicação social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares*. Porto Alegre, EDIPURCS.
- UNIVERSIDADE DO AMAZONAS. (1998), *Dossiê da legislação curricular dos cursos de graduação da UA*. Pró-reitora de Ensino de Graduação. Divisão de Ação Pedagógica. Manaus: Imprensa Universitária.